

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. 2551. “ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับประชากร.” [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา (16 มิถุนายน 2552).
กรุงเทพธุรกิจ. 2552. “ธุรกิจขายตรงบูมยอดสมาชิกแตะ-9-ล้านคน” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/marketing/ธุรกิจขายตรงบูมยอดสมาชิกแตะ-9-ล้านคน.html> (5 สิงหาคม 2552).
- กัลย์ วรรณพิทยุต, 2553 “Brand Identity” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
www.utcc2.utcc.ac.th/localuser/brandthaicenter/.../Brand_Identity.doc
กิฟฟารีน. 2553. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.giffarine.co.th> (10 ธันวาคม 2553).
- แก้วกัญญา แจ่มจรัส .2548. โครงสร้างและกลยุทธ์การตลาดของการขายตรงแบบการใช้การตลาด
หลายชั้น. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ขจรศักดิ์ วงษ์กล้าดี .2551. กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ของ
บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- คลชัย บุญยะรัตเวช. 2549. **Brand Voice**. กรุงเทพฯ: ทิพย์โปยท์.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. 2546. การจัดการทางการตลาด. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- นฤมล กิมภากรณ์. 2553. หลักการสร้างแบรนด์. กระจายออดสำเนา. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553
- ประคอง กรรณสูต. 2538. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประชา ศรีรัตนธรรม .2550. เปรียบเทียบกลยุทธ์การสร้างตลาดเครือข่ายระหว่างแอมเวย์กับ
กิฟฟารีน. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
สุโขทัย ธรรมมาธิราช.
- ปาริชาติ ศรีรักษา .2547. การรับรู้ภาพลักษณ์เบียร์ลีโอเปรียบเทียบกับเบียร์ช้างของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- ผู้จัดการ. 2553. .แอมเวย์”รุกช่องทางค้าปลีก ปรับผลตอบแทนเพิ่มหวังดันยอดขายพุ่ง.
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.manager.co.th/Business/ViewNews.aspx?News>

- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 7.
กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร.
- โพธิ์ชันนิง. 2553. **.นลินี ไพบูลย์ คุณหมอฟันล้าน**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
[http://www.positioningmag.com/magazine/printnews.aspx?id=54048\(7](http://www.positioningmag.com/magazine/printnews.aspx?id=54048(7) มีนาคม 2553).
- มาโนช เตชะเจริญวิกุล. 2552. **ภาพลักษณ์แบรนด์โครงการหลวงในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่**.
การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรุฒ ศรีสมัย. 2545. **ภาพลักษณ์แบรนด์ของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิฑูรย์ สิงห์คำป้อง. 2550. **บุคลิกภาพแบรนด์รถจักรยานยนต์ยามาฮ่า: การเปรียบเทียบการรับรู้
ระหว่างผู้ที่เป็นลูกค้าและผู้ที่ไม่ได้เป็นลูกค้า.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
- ศรียกัญญา มงคลศิริ. 2547. **Brand Management**. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- ศศิธร ภูวกุล .2545. **เปรียบเทียบความแตกต่างทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาด
ของบริษัทสุพรีเดอรัม อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด.**การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสกสรรค์ โอสผิตย์พร. 2551. **การรับรู้ภาพลักษณ์แบรนด์ระหว่างรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้าและฮอนด้า
ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่.**การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สยามธุรกิจ. 2551. **ยักษ์ใหญ่ขายตรงพันธุอเมริกัน**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
http://www.siamturakij.com/home/news/print_news.php?news_id=11623
(22 กุมภาพันธ์ 2551).
- แอมเวย์. 2553. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.amway.co.th (10 ธันวาคม 2553).
- Aaker, David A. 1991. **Managing Brand Equity**. London: The Free press.
- Brandage. 2552. **Refresh Brand** อาร์ทิสทรี มุ่งขยายฐาน First Jobber. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.brandage.com/Modules/DesktopModulesAll.aspx?12563>
- Keller , Kevin Lane. 2003. **Building, measuring, and managing brand equity**. 2nd Ed.
Singapore : Prentice Hall.